

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu aspek penopang utama kebutuhan manusia dalam beraktivitas. Jenis transportasi pun terbagi menjadi beberapa macam, namun yang paling banyak digunakan dalam keseharian manusia adalah transportasi darat. Kendaraan sebagai sarana transportasi darat juga beragam, salah satunya yakni mobil.

Kendaraan roda empat ini selain memiliki fungsi utama sebagai moda transportasi darat, juga memiliki fungsi lain yakni sebagai sebuah gaya hidup manusia. Mengacu pada pentingnya sebuah mobil bagi kehidupan manusia, maka perhatian terhadap keamanan sebuah mobil sangat diperlukan, terutama pada bagian kunci mobil. Kunci mobil merupakan simbol dari keamanan sebuah kendaraan, namun tak sedikit masyarakat yang menganggap hal itu berharga

Banyak contoh kasus ditemui seperti hilangnya kunci mobil, ataupun rusaknya kunci mobil. Kasus seperti itu membuat pengguna kendaraan harus mencari solusinya, terutama bagi pengguna kendaraan yang mengutamakan privasi keamanan untuk kendaraan tersebut. Komandankey hadir sebagai jawaban dan solusi untuk setiap permasalahan kunci mobil, yang mungkin tidak dapat diatasi di tempat lain terutama pada kendaraan dengan teknologi *immobilizer*.

Komandankey memiliki surat izin resmi usaha ahli kunci pertama di Indonesia dan bersertifikat Internasional. Seiring perkembangan zaman saat ini yang melibatkan media sosial sebagai sumber informasi dan promosi bagi masyarakat, upaya promosi dengan membagikan foto hasil jadi kunci di media sosial Instagram juga sudah dilakukan untuk memperkenalkan Komandankey pada masyarakat, namun dinilai belum berhasil menarik perhatian masyarakat.

Ungkapan tersebut diakui oleh pemilik Komandankey yaitu Raymond Lie, pada saat penulis melakukan kunjungan wawancara dan observasi. Berdasarkan pernyataan pemilik tersebut, penulis ingin membantu Komandankey dalam perancangan media promosi pada media sosial yang sebelumnya tidak dikelola secara maksimal.

Tujuan perancangan promosi pada media sosial ini, adalah menjangkau masyarakat yang membutuhkan jasa ahli kunci kendaraan terutama bagi masyarakat yang mengutamakan privasi keamanan kunci. Sesuai dengan apa yang sudah disampaikan mengenai hal tersebut, penulis ingin membuat laporan tugas akhir dengan topik promosi yang berjudul “Perancangan Desain Promosi Komandankey Pada Media Sosial”.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara membuat promosi pada media sosial sesuai dengan brand Komandankey?

1.3. Batasan Masalah

Agar menciptakan penelitian yang optimal, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut: Perancangan berpusat pada promosi di media sosial, seperti Instagram, dan Facebook, sebagai penerapannya dalam bidang promosi.

1. Demografi: pria dan wanita, usia berusia 25 - 45 tahun, SES A (Strata Ekonomi Atas).
2. Geografi: DKI Jakarta, Tangerang, dan Bekasi.
3. Psikografis: pecinta otomotif yang ingin tampil trendi, masyarakat yang mengutamakan privasi.

Uraian tersebut dibuat agar membatasi pembahasan yang tidak melebar dan fokus dalam penjabarannya, mempersempit atau membatasi variabel-variabel yang akan menjadi objek perancangan, subjek atau khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari perancangan promosi pada media sosial adalah agar Komandankey dapat dikenal oleh masyarakat, dan bermanfaat bagi masyarakat melalui jasa yang ditawarkan oleh Komandankey melalui tahapan desain yang sudah dirancang.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir bagi penulis, menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan dan mengembangkan kemampuan diri sebagai mahasiswa Visual Brand

Design yang cakap dalam bidang promosi sesuai dengan judul tugas akhir yang diambil.

Manfaat tugas akhir bagi orang lain, membantu desain promosi bagi Komandankey dan memberi informasi kepada masyarakat seputar kunci kendaraan, sehingga masyarakat dapat mengetahui adanya jasa ahli kunci profesional bersertifikat internasional yang dapat menjadi solusi bagi para pengguna kendaraan yang mengalami masalah pada kuncinya.

Manfaat tugas akhir bagi Universitas Multimedia Nusantara, memberikan contoh penulisan tugas akhir mengenai perancangan promosi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca.